

## Analisis Dampak Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Online (Menelaah Dampak Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online)

Mirna Salifah Siregar<sup>1</sup>, Bunga Ananda<sup>2</sup>, Yeremi Siagian<sup>3</sup>, Bonaraja Purba<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Universitas Negeri Medan; Indonesia

correspondence e-mail\* : [mirnasiregar83@gmail.com](mailto:mirnasiregar83@gmail.com), [bungaananda523@gmail.com](mailto:bungaananda523@gmail.com),  
[siagianyeremi@gmail.com](mailto:siagianyeremi@gmail.com), [bonarajapurba@gmail.com](mailto:bonarajapurba@gmail.com)

Submitted:

Revised: 2024/05/01

Accepted: 2024/05/11

Published: 2024/06/21

Abstract	The ability to trade within the country has made technological advancements in online trading exponentially more popular in recent years. The purpose of this article is to determine whether the country's current consumer protection laws are still applicable in light of the growing trend of digitalization of the economy and what steps should be taken to address legal issues that may arise. This article is written using normative juridical techniques, namely the approach of legal sources and law as a means of literary study. Legal issues arising during the current digital economy cannot be accommodated by Law Number 8 Year 1999 on Consumer Protection. Consumer protection is one of the most important topics in the online world commerce. Within many cases, consumers are less powerful than vendors and service providers, especially in terms of information availability, product dependability and safe transactions. Nonetheless, Indonesian laws offer legal guarantees to customers in e-commerce transactions. The surge in internet connectivity among Indonesians has coincided with tremendous growth in e-commerce in the country.
Keywords	Online Trading, Consumer Protection Laws



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

### PENDAHULUAN

Belakangan ini, kemajuan teknologi dalam perdagangan online mengalami perkembangan yang sangat pesat karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.<sup>1</sup> Transformasi komprehensif yang mencakup seluruh aspek di era digital ini dengan memadukan teknologi yang canggih pada saat ini dan memperluas internet digunakan untuk mempromosikan produk-produk

<sup>1</sup> Cecep Abdul Cholik, "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang," *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan* 2, no. 2 (2021): 39–46.

yang akan dijual secara online di internet (e-commerce). Pada konsumen saat ini sudah menjadi mayoritas rata-rata berbelanja online karena banyaknya kemudahan yang ditawarkan. Hal ini mencakup kemampuan untuk melakukan perdagangan dari dalam negeri, perbandingan harga yang mudah, dan akses terhadap produk dari seluruh dunia.

Namun dibalik kemudahan tersebut terdapat sejumlah persoalan yang mengancam hak konsumen. Perlindungan konsumen merupakan salah satu topik utama dalam perdagangan online. Tidak jarang konsumen berada di posisi yang lebih lemah dibandingkan penjual dan penyedia layanan, terutama dalam hal akses informasi, keandalan produk, dan keamanan transaksi yang terjamin. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen sangatlah penting guna melindungi hak-haknya dan berbelanja dengan percaya diri saat melakukan transaksi online.

Di Indonesia, undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) No. 8 tahun 1999 pada peraturan yang terkait merupakan undang-undang yang telah ditetapkan dalam perlindungan pada konsumen dalam transaksi online.<sup>2</sup> Namun penegakan undang-undang ini dalam perdagangan online masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya kejelasan dalam penyelesaian sengketa, kurangnya kesadaran akan hak-hak konsumen, dan kurangnya tingkat penegakan hukum ketika terjadi pelanggaran.

Peraturan di Indonesia memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam bertransaksi e-commerce. Karena e-commerce di Indonesia telah berkembang pesat pertumbuhan ini dipicu oleh meningkatnya akses internet di kalangan pemerintah Indonesia telah menerbitkan peraturan mengenai e-commerce, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2019, yang mengatur transaksi melalui sistem digital.<sup>3</sup>

Hukum Perlindungan konsumen ialah mekanisme hukum yang disusun untuk memberikan perlindungan pada pelanggan dari kerugian akibat praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan.<sup>4</sup> Pada undang-undang perlindungan konsumen terdapat beberapa asas yang sudah ada aturannya dari hukum untuk melindungi konsumen dari kerugian. Tujuannya yaitu untuk menumbuhkan kesadaran diri, kemampuan dalam menjalankan bisnis, serta kemandirian

---

<sup>2</sup> Ria Sintha Devi and Feryanti Simarsoit, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 2, no. 2 (2020): 119–28; Gomgom T P Siregar and Muhammad Ridwan Lubis, "Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Lingkungan Universitas Darma Agung," *Pkm Maju Uda* 1, no. 3 (2021): 100–106.

<sup>3</sup> Firyaal Shabrina Izazi et al., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 2 (2024): 8–14.

<sup>4</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Sinar Grafika, 2022).

konsumen dalam perlindungan diri sendiri serta menciptakan rasa tanggung jawab di kalangan pelaku ekonomi terhadap pengelolaan usahanya.

Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen mengatur konsep perlindungan konsumen, yang mencakup aspek kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, keselamatan, perlindungan konsumen, dan kepastian hukum. Oleh karena itu, undang-undang ini memiliki peran yang sangat penting pada perlindungan hak-hak konsumen sehingga konsumen bisa mendapatkan kelanjutan perdagangan yang adil dan aman. Menurut As. Nasution secara komprehensif hukum dari konsumen yaitu undang-undang hukum dalam perlindungan konsumen yang menjadi bagian utama dari undang-undang konsumen.<sup>5</sup> Pengertian pada hukum konsumen ini terdiri atas adanya asas-asas dan makna yang sudah diatur hubungan dalam persoalan untuk menyediakan dengan adanya penggunaan barang dan jasa disebabkan oleh keberadaan penyedia dan pengguna dalam kehidupan masyarakat modern.

Menurut Philip Kotler undang-undang pada perlindungan konsumen merangkum semua peraturan dari undang-undang yang sudah diberlakukan dengan tujuan untuk memberi perlindungan pada pelanggan terhadap hak-hak yang mereka miliki dari praktik komersial yang tidak adil.<sup>6</sup> Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen (UUPK) mendefinisikan konsumen sebagai individu yang membeli barang atau menggunakan jasa yang ada di masyarakat untuk kebutuhan pribadi, orang lain, atau keluarga. Konsumen bertindak demi kepentingan sendiri atau kepentingan orang-orang terdekat atau makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk tujuan berbisnis dengan. Sedangkan di dalam kamus hukum, pengertian konsumen ialah orang yang sudah menyediakan barang dan jasa untuk digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. untuk mementingkan dirinya sendiri atau untuk kepentingan orang lain.

Perdagangan Online telah menjadi fenomena baru sejak awal tahun 2000-an, dan e-commerce telah menjadi pilihan yang disukai para pebisnis karena memungkinkan jual beli online transaksi melalui akun e-commerce. Media sosial juga digunakan sebagai media periklanan untuk menyebarkan informasi e-commerce, sehingga informasi dapat diakses dengan cepat oleh calon konsumen.

---

<sup>5</sup> Perjaka Purba, Ketut Sudiarmaka, and Dewa Gede Sudika Mangku, "Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Kabupaten Buleleng," *Jurnal Komunitas Yustisia* 2, no. 3 (2019): 156–67.

<sup>6</sup> Mosleh Mosleh, "Praktik Jual Beli Jajanan Lebaran Tanpa Label Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Khiyar) Dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Campor Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan)" (IAIN Kediri, 2022).

E-Commerce atau Online Commerce Service, seperti yang diketahui kebanyakan orang, merupakan layanan baru dan inovatif dengan penawaran yang sangat menarik dan efisien. Ruang virtual yang diciptakan untuk memfasilitasi aktivitas jual beli tanpa perlu pertemuan tatap muka. Dengan menggunakan gadget, produsen dapat menjual apa saja tanpa harus membuka lapak, dan konsumen tidak perlu lagi ke lapak untuk membeli sesuatu. Perdagangan online (e-commerce) mencakup transaksi melalui media internet, dan transaksinya tidak lagi memerlukan pertemuan tatap muka antar pelaku usaha. Oleh karena itu, e-commerce atau e-commerce dapat dikatakan menjadi penggerak perekonomian baru di bidang teknologi, khususnya di Indonesia (Dewi 2019).

Menurut Chaffey (2018), perdagangan online (e-commerce) yaitu adanya proses pembeli dan penjual barang dan jasa melalui teknologi smartphone, internet dll.<sup>7</sup> dengan menggunakan teknologi digital untuk memudahkan transaksi. segala jenis transaksi atau pertukaran informasi yang dilakukan melalui internet, baik dalam bentuk komersial maupun non komersial. Beliau juga, mengatakan bahwa perdagangan online mencakup berbagai bentuk transaksi seperti pembelian barang fisik, pembelian jasa, dan pembelian barang digital.

Menurut Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, yang kini berganti menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui sistem digital harus menyertakan informasi yang lebih terperinci dan akurat mengenai produsen, syarat dan ketentuan, serta produk yang diperjualkan. Transaksi online adalah cara melakukan transaksi secara digital. Pembeli dan penjual dapat melakukan melalui transaksi tanpa harus bertatap muka. Misalnya, Anda bisa membeli barang-barang rumah tangga tanpa harus pergi ke toko. Namun transaksi online tidak sebatas berbelanja saja. Selain itu, transaksi online juga dapat digunakan untuk keperluan pembayaran bisnis, seperti membayar invois pemasok.

Di era digital, perdagangan online menjadi semakin populer dan lebih sering digunakan oleh masyarakat umum. Pelanggan dapat dengan mudah berbelanja melalui website dan aplikasi e-commerce tanpa harus mengunjungi toko fisik. Perdagangan online adalah pembeli, penjual, atau adanya saling tukar menukar atau barter, barang, dan jasa, atau informasi melalui teknologi di era digital ini.

Menurut Mahmud & Sidharta, (2013; 2014) Besarnya potensi e-commerce diharapkan dapat diubah pada perilaku masyarakat dalam e-commerce menimbulkan adanya tantangan bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan data

---

<sup>7</sup> Deandro Rasyidi, Muhammad Farhan Baihaki, and B Egia Shofwan, "KONSEP E-COMMERCE SEBAGAI DIGITAL MARKET," n.d.

data yang sudah dikeluarkan Menteri Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2013, nilai transaksi e-commerce online mencapai Rp 130.444,4 miliar, dan basis pengguna internet mencapai 4.444,82 juta. Oleh karena itu, potensi e-commerce sangat besar, sehingga wajar jika beberapa pemodal ventura menginvestasikan modalnya pada perusahaan e-commerce di Indonesia.

Potensi yang ada pada perilaku konsumen di e-commerce ini terpengaruh oleh puasnya dan sudah sering melakukan transaksi online, yang merupakan tanda awal bahwa konsumen suka toko online, juga lebih tertarik untuk berbelanja online, merupakan tanda utama adanya keinginan untuk kembali. Kedua, diketahui bahwa kepuasan konsumen dalam menyelesaikan transaksi online memiliki pengaruh pada kepercayaan konsumen. Kepercayaan konsumen dapat berpengaruh pada sikap konsumen ketika melakukan pembelian ulang, konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi lebih berpeluang untuk melakukan pemesanan ulang. (Elvandri, 2020).

Pada penelitian ini terdapat referensi dari penelitian penelitian sebelumnya yang dimana masih saling berkaitan. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Ramah, dengan judul penelitian "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia". Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen bisa mendapat perlindungan hukum ketika betransaksi online melalui adanya peraturan terkait perlindungan konsumen. Terdapat penelitian lain yang masih relevan yaitu penelitian oleh Stefany Ismantari dkk, dengan judul penelitiannya yaitu "Relevansi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Diera Ekonomi Digital" yang dimana membahas mengenai proses dalam bisnis digital dengan adanya kemajuan digitalisasi pada masa sekarang ini yang terus berkembang pesat. Hal ini akan memastikan bahwa setiap masalah hukum yang mungkin timbul dalam e-commerce dapat diselesaikan.

## **METODE**

Metode yuridis normative ialah metode yang dipakai pada penelitian ini. Definisi dari metode yuridis normatif ialah jenis penelitian hukum yang berfokus pada pendekatan terhadap sumber-sumber hukum sekunder, seperti jurnal hukum, karya ilmiah, dan beberapa sumber dari internet. Metode ini bertujuan untuk menganalisis konsep, prinsip hukum, teori, serta peraturan perundang-undangan yang memiliki hubungan dengan penelitian tersebut. Metode pada penulisan penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif normatif yang dimana ini berkaitan dengan analisis mengenai perlindungan hukum konsumen dalam perdagangan online terhadap konsumen dalam transaksi online yang melalui berbagai aspek termasuk pada peraturan perundang undangan.

Dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif. Pada penelitian ini data yang telah dikumpulkan dari jurnal jurnal, studi literatur, dan dokumen hukum yang terkait perlindungan transaksi online dengan fakta fakta atau relevan yang terkait permasalahan pada hukum secara keseluruhan dan menganalisis hukum berdasarkan data yang diperoleh untuk memahami makna hukum perlindungan konsumen di era digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelumnya, kita perlu memahami definisi dari konsumen, perlindungan konsumen, serta pelaku usaha. Mengacu pada Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, definisi konsumen ialah seseorang yang memakai atau menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan pribadi, orang lain, keluarga, maupun makhluk hidup lain, dan bukan untuk diperjual-belikan.

Sedangkan, definisi dari pelaku usaha ialah individu perseorangan atau badan hukum, baik yang berwujud badan hukum ataupun bukan, yang dibentuk di suatu tempat bertempat tinggal atau melaksanakan aktivitas di wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik secara individu. atau disatukan berdasarkan kesepakatan untuk melakukan kegiatan komersial pada sektor ekonomi yang berbeda

Perlindungan konsumen adalah segala usaha yang dilakukan untuk melindungi konsumen melalui adanya jaminan kepastian hukum. Tujuan utama dari perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan lingkungan yang aman dan adil bagi konsumen, serta memastikan bahwa hak-hak mereka dihormati dan dijaga. Ada beberapa tujuan spesifik dari perlindungan konsumen yang sangat penting untuk dipahami.

Pertama, perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kemandirian, kemampuan, dan kesadaran konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hak dan kewajiban mereka, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam menggunakan barang dan jasa. Hal ini juga membantu mereka menghindari penipuan dan praktik tidak etis yang mungkin dilakukan oleh beberapa pelaku usaha.

Kedua, perlindungan konsumen juga berperan penting dalam mencegah dampak buruk dari penggunaan barang dan jasa. Konsumen perlu diberi informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang mereka gunakan untuk menghindari risiko kesehatan dan keselamatan. Dengan adanya perlindungan konsumen, diharapkan risiko tersebut dapat diminimalisir.

Ketiga, perlindungan konsumen meningkatkan kemampuan konsumen untuk memilih, menentukan, dan menuntut hak mereka. Konsumen yang sadar akan hak-haknya akan lebih aktif dalam menuntut keadilan jika terjadi pelanggaran, sehingga pelaku usaha lebih bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis mereka.

Keempat, perlindungan konsumen bertujuan untuk mewujudkan sistem yang transparan dengan keterbukaan informasi dan kepastian hukum. Sistem ini memastikan bahwa konsumen memiliki akses terhadap informasi yang mereka butuhkan untuk membuat keputusan yang tepat. Kepastian hukum juga memberikan rasa aman bagi konsumen bahwa hak-hak mereka akan dilindungi secara hukum.

Kelima, meningkatkan kejujuran dan tanggung jawab pelaku usaha adalah tujuan penting lainnya. Pelaku usaha yang sadar akan pentingnya perlindungan konsumen akan lebih jujur dan bertanggung jawab dalam menyediakan produk dan layanan yang mereka tawarkan. Hal ini menciptakan kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha.

Terakhir, perlindungan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa yang pada gilirannya menjamin kelangsungan usaha, kenyamanan, kesehatan, keselamatan, dan keamanan konsumen. Dengan standar kualitas yang tinggi, konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakan produk dan jasa yang tersedia di pasar.

Dengan demikian, perlindungan konsumen adalah upaya komprehensif yang tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk beroperasi dengan integritas dan tanggung jawab yang tinggi. Hal ini sangat penting untuk menciptakan ekosistem pasar yang sehat dan berkelanjutan.

Atas tujuan-tujuan tersebut, hal tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat seperti Terlindungi dari praktik-praktik yang tidak adil dan eksploitatif, Bisa membuat keputusan pembelian yang lebih baik dan Mendapatkan produk dan jasa yang berkualitas.

#### a. Hak dan kewajiban konsumen

UUPK menjelaskan mengenai hak konsumen, adapun hak tersebut ialah memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan jujur tentang keadaan dan kualitas barang dan jasa; memilih barang dan jasa; mendapatkan jaminan kualitas dan keselamatan barang dan jasa; dan mendapat ganti rugi atas kerugian yang terjadi diluar perjanjian atau ketentuan perdagangan.

Tujuan dari hak tersebut untuk menciptakan keamanan berbelanja baik secara *online* ataupun *offline* bagi konsumen. Seperti Konsumen berhak atas produk yang bebas dari cacat

berbahaya, seperti mainan tanpa bagian kecil yang mudah tertelan atau makanan yang tidak mengandung bahan berbahaya. Atau contoh dalam penerapan hak kenyamanan yaitu Konsumen berhak atas lingkungan yang bersih dan nyaman di tempat usaha, seperti toko yang rapi dan sejuk atau layanan yang ramah dan profesional.

Selain konsumen memiliki hak, kewajiban juga dimiliki konsumen. kewajiban konsumen ditetapkan dalam UU Perlindungan Konsumen, yakni:

Membaca dan memahami informasi serta ketentuan yang terdapat pada label, keterangan, iklan, dan/atau dokumen lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa, Menggunakan barang dan/atau jasa dengan sebaik-baiknya sesuai dengan petunjuk penggunaan, Tidak melakukan tindakan yang bisa merugikan untuk diri sendiri, orang lain, lingkungan hidup, dan/atau keutuhan negara, Membayar dan/atau menyelesaikan pembayaran tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian dan juga Memberikan kompensasi atas kerusakan barang dan/atau jasa yang ditimbulkannya. Contoh kewajiban konsumen yaitu membaca dan memahami informasi yaitu Konsumen wajib membaca label produk dengan cermat untuk mengetahui informasi penting seperti bahan-bahan yang terkandung, tanggal kadaluwarsa, dan petunjuk penggunaan. Konsumen juga harus membaca dengan saksama isi iklan, brosur, dan dokumen lain yang terkait dengan barang atau jasa yang ingin dibeli. Alasannya Dengan memahami informasi yang diberikan, konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang tepat dan terhindar dari kerugian akibat produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan atau yang berbahaya. Atau contoh lain mengenai kewajiban konsumen seperti menggunakan barang dan jasa dengan sebaik-baiknya yaitu Konsumen harus menggunakan produk sesuai dengan petunjuk penggunaan yang diberikan. Contohnya, menggunakan alat elektronik sesuai dengan instruksi manual, menggunakan bahan bakar yang sesuai dengan spesifikasi kendaraan, dan tidak membuang sampah sembarangan. Dengan alasan pemakaian barang dan jasa yang tepat dapat memperpanjang usia barang, menjaga kualitas dan keamanan, serta mencegah kerusakan lingkungan.

#### b. Kewajiban pelaku usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 mewajibkan pelaku usaha untuk menjalankan beberapa hal penting dalam menjalankan kegiatan usahanya. Tujuan dari kewajiban-kewajiban tersebut ialah untuk memberikan perlindungan pada hak-hak konsumen dan mewujudkan pasar yang adil dan sehat. Terdapat beberapa kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha diantaranya: Melakukan Kegiatan Usaha dengan Beriktikad Baik; Memberikan



Informasi yang Jelas, Akurat, dan Jujur; Menjamin Kualitas Barang dan/atau Jasa; Melayani Konsumen dengan Baik dan Benar; Memberikan Ganti Rugi jika Terjadi Kerusakan dan Menyelesaikan Sengketa Konsumen secara Adil

Adapun contoh dari kewajiban pelaku usaha yakni Melakukan Kegiatan Usaha dengan Beriktikad Baik yaitu Pelaku usaha tidak boleh memberikan informasi palsu tentang produk atau jasa, tidak boleh menaikkan harga secara tidak wajar, dan tidak boleh mendesak konsumen untuk membeli produk atau jasa yang tidak mereka inginkan atau contoh lain yakni memberikan informasi yang jelas, akurat, dan jujur yaitu Pelaku usaha harus mencantumkan label produk yang jelas dan mudah dibaca, memberikan informasi lengkap tentang produk atau jasa di iklan dan brosur, dan menjawab pertanyaan konsumen dengan jujur dan terbuka.

c. Lembaga Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, terdapat lembaga yang berperan dalam melindungi hak-hak konsumen dan mengawasi kegiatan pelaku usaha. lembaga tersebut ialah Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). Lembaga ini ialah Lembaga yang bertanggung jawab dan berada di bawah Menteri. Adapun beberapa fungsi dan tugas utama dalam melindungi hak-hak konsumen, antara lain: melindungi hak-hak konsumen, menciptakan pasar yang adil dan transparan, dan meningkatkan edukasi dan literasi masyarakat.

d. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen diatur pada UUPK khususnya pada pasal 23 angka 8 yang menjelaskan bahwa pelaku menolak dan/atau tidak menanggapi dan/atau tidak menerima pembayaran atas permintaan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 19. Ayat (1) Ayat (2), (3) dan (4) bisa ditempuh oleh perusahaan yang menyelesaikan sengketa pelanggan atau diajukan ke pengadilan rumah pedagang. Hal ini juncto Pasal 45 ayat (1) UUPK yang menjelaskan bahwa, "Setiap pelanggan yang tidak puas dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan di wilayah hukum umum." Di mana pesanan memberi pembeli dengan kebebasan untuk memilih cara menyelesaikan perbedaan mereka.

## **KESIMPULAN**

Usaha untuk menegakkan kepastian hukum dan melindungi konsumen dikenal sebagai perlindungan konsumen. Tujuannya ialah untuk meningkatkan kesadaran konsumen, menghindari dampak buruk dari penggunaan barang dan/atau jasa, serta meningkatkan kualitas

barang dan jasa. Perlindungan ini membantu masyarakat dengan melindungi masyarakat dari praktik yang tidak adil dan eksploitatif, yang memungkinkan konsumen membuat keputusan yang lebih baik dan mendapatkan akses yang lebih baik ke barang dan jasa berkualitas tinggi. Beberapa hak konsumen ialah sebagai berikut: mendapatkan informasi yang jelas, akurat, dan jujur tentang produk dan jasa; memilih produk dan jasa; mendapatkan jaminan kualitas dan keamanan produk dan jasa; mengajukan keberatan dan/atau pengaduan kepada pelaku usaha; dan mendapatkan penyelesaian sengketa yang adil dan adil.

Sedangkan Konsumen memiliki kewajiban, antara lain: Membaca dan memahami informasi terkait barang dan jasa, Menggunakan barang dan jasa dengan baik dan benar, Tidak melakukan perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri, orang lain, lingkungan hidup, dan keutuhan negara, Membayar dan menyelesaikan pembayaran tepat waktu, mengganti kerugian yang dialami konsumen atas barang dan jasa yang dialami konsumen. Sedangkan Kewajiban Pelaku Usaha harus menaati beberapa kewajiban, diantaranya Memberikan informasi yang jelas, akurat, dan jujur mengenai barang dan jasa, Memberikan jaminan atas barang dan jasa, Melaksanakan layanan purnajual, Menanggapi pengaduan dan keberatan konsumen, Memberikan penyelesaian sengketa konsumen yang adil dan benar, Melaksanakan praktik perlindungan konsumen dalam kegiatannya.

Dengan menaati kewajiban tersebut, pelaku usaha dapat berkontribusi dalam menciptakan pasar yang aman dan adil bagi konsumen, yang pada akhirnya menumbuhkan kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dengan konsumennya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cholik, Cecep Abdul. "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang." *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan* 2, no. 2 (2021): 39–46.
- Devi, Ria Sintha, and Feryanti Simarsoit. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen E-Commerce Menurut Undang–Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *JURNAL RECTUM: Tinjauan Yuridis Penanganan Tindak Pidana* 2, no. 2 (2020): 119–28.
- Izazi, Firyaa Shabrina, Priya Sajena, Ratnarisa Sashi Kirana, and Kristin Marsaulina. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara* 1, no. 2 (2024): 8–14.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika, 2022.
- Mosleh, Mosleh. "Praktik Jual Beli Jajanan Lebaran Tanpa Label Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Khiyar) Dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Campor Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan)." IAIN Kediri, 2022.
- Purba, Perjaka, Ketut Sudiarmaka, and Dewa Gede Sudika Mangku. "Implementasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen

- Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Komunitas Yustisia* 2, no. 3 (2019): 156–67.
- Rasyidi, Deandro, Muhammad Farhan Baihaki, and B Egia Shofwan. “KONSEP E-COMMERCE SEBAGAI DIGITAL MARKET,” n.d.
- Siregar, Gomgom T P, and Muhammad Ridwan Lubis. “Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Lingkungan Universitas Darma Agung.” *Pkm Maju Uda* 1, no. 3 (2021): 100–106.